

**ANALISIS WACANA KRITIS BERBASIS KORPUS
PADA ULASAN FILM BARBIE DI MEDIA SOSIAL
TWITTER**

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan Mencapai derajat Sarjana Strata
(S1) Ilmu Komunikasi

Konsentrasi: *Broadcasting*



OLEH

LAURA ANGELICA FORTUNA

07031282025149

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
TAHUN 2023**

HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

**ANALISIS WACANA KRITIS BERBASIS KORPUS PADA
ULASAN FILM BARBIE DI MEDIA SOSIAL TWITTER**

Oleh

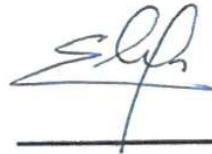
**LAURA ANGELICA FORTUNA
07031282025149**

Pembimbing I

Tanda Tangan

Tanggal

**Erlisa Saraswati, S.KPM., M.Sc.
NIP 199209132019032015**



19-12-2023

Pembimbing II

Tanda Tangan

Tanggal

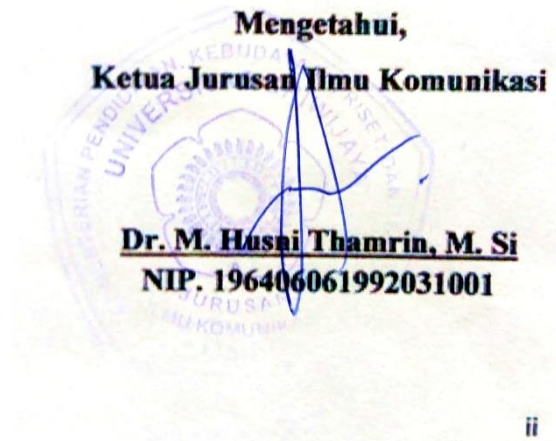
**M. Hidayatul Ilham, S.I.P.,
M.I.Kom
NIP 199410112022031009**



19-12-2023

**Mengetahui,
Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi**

**Dr. M. Husni Thamrin, M. Si
NIP. 196406061992031001**



HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

ANALISIS WACANA KRITIS BERBASIS KORPUS PADA ULASAN FILM BARBIE DI MEDIA SOSIAL TWITTER

SKRIPSI

oleh

Laura Angelica Fortuna
(07031282025149)

Telah dipertahankan di depan penguji
dan dinyatakan telah memenuhi syarat
pada tanggal 29 Desember 2023

Pembimbing:

1. Erlisa Saraswati, S.KPM., M.Sc
NIP. 199209132019032015
2. M. Hidayatul Ilham, S.I.P.,
M.I.Kom
NIP. 199410112022031009

Tanda Tangan



Penguji:

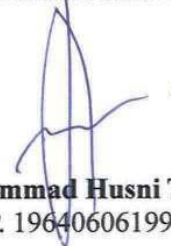
1. Rindang Senja Andarini, S.I.Kom., M.I.Kom
NIP. 198802112019032011
2. Ryan Adam M.I.Kom
NIP. 198709072022031003

Tanda Tangan



Mengetahui,

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi



Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si
NIP. 196406061992031001



PERNYATAAN ORISINALITAS

Penulis yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Laura Angelica Fortuna
NIM : 07031282025149
Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 29 September 2001
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Analisis Wacana Kritis Berbasis Korpus Pada Ulasan Film
Barbie Di Media Sosial Twitter

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1. Seluruh data, informasi serta pernyataan dalam pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam karya Ilmiah ini, kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengolahan serta pemikiran penulis dengan pengarahan dari pembimbing yang ditetapkan.
2. Karya Ilmiah yang penulis tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik baik di Universitas Sriwijaya maupun di perguruan tinggi lainnya.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila di kemudian hari ditemukan bukti ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka penulis bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar yang penulis peroleh melalui pengajuan Karya Ilmiah ini.

Indralaya, 10 Desember 2023

Yang membuat pernyataan,



METERAI
TEMPEL
3486ALX079229093

Laura Angelica Fortuna
NIM. 07031282025149

HALAMAN PERSEMBAHAN

Ecclesiastes 3:1

“There is a time for everything, and a season for every activity under the heavens.”

MOTTO

“We find a reason for everything that happens, so whatever you do, do it with all your heart”

Skripsi ini kupersembahkan untuk:

- Mama dan Papa penulis, yang telah menyayangi dan mendidik penulis, sehingga bisa menjadi pribadi yang baik, selalu bersyukur, dan mau berusaha.
- Seluruh keluarga yang selalu memberi penulis semangat bahkan di saat penulis tidak menyadarinya. Terima kasih atas nasihat, kasih penulisng, dan doa yang selalu kalian berikan kepada penulis hingga detik ini.
- Dosen pembimbing penulis, Mba Erlisa Saraswati, S. KPM, M. Sc, dan Bapak Muhammad Hidayatul Ilham, S.I.P., M.I.Kom
- Stakeholder Jurusan Ilmu Komunikasi.
- Serta Almamater penulis.

ABSTRAK

Film Barbie 2023 adalah film Barbie *live action* pertama yang disutradari oleh Greta Gerwig. Film ini mendapatkan sambutan yang antusias dari masyarakat seluruh dunia. Menariknya, film ini dikatakan memiliki pesan mengenai isu gender yang diselipkan dalam tayangannya, yaitu permasalahan mengenai feminisme. Penelitian ini bertujuan melihat reaksi atau ulasan yang diberikan oleh masyarakat terkait film Barbie 2023 di media sosial Twitter. Analisis wacana kritis berbasis korpus digunakan untuk melakukan identifikasi dan penelitian terkait wacana ulasan film Barbie di media sosial Twitter berdasarkan dimensi frekuensi, kolokasi, dan konkordansi. Adapun metode penelitian ini menggunakan metode penelitian campuran. Analisis sampel diperoleh dalam periode 19 Juli 2023 sampai Agustus 2023. Dihasilkan 4.743 kata yang terdeteksi melalui *voyan tools.org* dari total 625 tweet di media sosial Twitter. Didapatkan kata berkonotasi positif atau netral sejumlah 583 kata, dan berkonotasi negatif sejumlah 119 kata. Hasil dari penelitian menunjukkan, bahwa ulasan yang diberikan oleh masyarakat terkait tayangan Film Barbie 2023 cenderung menggunakan kata berkonotasi positif dibandingkan kata dengan konotasi negatif.

Kata Kunci: Barbie, Korpus, Ulasan, Wacana

Pembimbing I



Erlisa Saraswati, S.KPM., M.Sc.
NIP. 199209132019032015

Pembimbing II



M. Hidayatul Ilham, S.I.P., M.I.Kom
NIP. 199410112022031009

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi,



Dr. M. Husni Thamrin, M. Si
NIP. 196406061992031001

ABSTRACT

Barbie 2023 is the first live action movie directed by Greta Gerwig. This film received an enthusiastic welcome from people around the world. Interestingly, this film is said to have a message about gender issues that are inserted in the show, namely the problem of feminism. This research aims to look at the reactions or reviews given by the public regarding the 2023 Barbie film commentary on social media Twitter. Corpus Assisted Discourse Studies is used to identify and research Barbie's film review discourse on Twitter based on frequency, collocation, and concordance dimensions. The research method uses a mixed research method. Sample analysis was obtained in the period from July 19, 2023 to August, 2023. 4,743 words were generated that were detected through voyan tools.org from a total of 625 tweets from Twitter. There are 583 words with positive or neutral connotations, and 119 negative connotations. It has a positive or neutral connotation of 583 words, and a negative connotation of 119 words. Research shows that the commentary given by the public on the "barbie 2023" film shows tend to use a positive connotation instead of a negative connotation.

Keyword: *Barbie, Corpus, Discourse, Review*

Advisor I



Erlisa Saraswati, S.KPM., M.Sc.
NIP. 199209132019032015

Advisor II



M. Hidayatul Ilham, S.I.P., M.I.Kom
NIP. 199410112022031009

**Head of Communication Science
Faculty of Social and Political Science
Sriwijaya University**



Dr. M. Husni Thamrin, M. Si
NIP. 196406061992031001

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, yang mana berkat rahmat dan karunia-Nya penulis diberikan kesehatan sehingga dapat menyelesaikan penyusunan Skripsi dengan judul Analisis Wacana Kritis Berbasis Korpus Pada Ulasan Film Barbie Di Media Sosial Twitter. Penulisan Skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana pada program studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Sriwijaya.

Dalam penyusunan dan penulisan Skripsi ini tentunya dapat terselesaikan dengan baik oleh penulis karena adanya dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak. Dengan demikian, penulis sudah sepantasnya mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Taufiq Marwa, S.E. M.Si selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
2. Bapak Dr. Alfitri, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya, beserta jajaran pengurus dekanat lainnya.
3. Bapak Dr. M. Husni Thamrin, M. Si dan Bapak Oemar Madri Bafadhal, S.I.Kom., M.Si. selaku Ketua Jurusan dan Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
4. Ibu Erlisa Saraswati, S.KPm., M.Sc dan Bapak Muhammad Hidayatul Ilham, S.I.P., M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing Skripsi penulis yang selalu memberikan semangat, motivasi, arahan, dan saran yang sangat berguna selama penyusunan skripsi.

5. Bapak Harry Yogsunandar selaku Dosen Pembimbing Akademik, serta seluruh Dosen yang telah memberikan motivasi, arahan, dan saran selama masa perkuliahan.
6. Mbak Elvira selaku Admin Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya yang telah membantu penulis dari awal berlangsungnya proses perkuliahan sampai dengan akhir pelaksanaan perkuliahan.
7. Kedua orang tua penulis yang penulis penulisi, yang selalu memberi penulis semangat, nasihat, dan kasih penulisi, sehingga penulis dapat terus berjuang untuk menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih penulis ucapkan atas kebaikan mama dan papa, semoga segala kebaikan yang kalian berikan kepada penulis akan Tuhan limpahkan kepada kalian. Terima kasih atas doa yang selalu kalian panjatkan sehingga penulis bisa menyelesaikan perkuliahan disini dengan sangat bahagia dan tidak merasa kekurangan. Terima kasih atas waktu dan perhatian kalian yang penulis sendiri tidak dapat balas, penulis mendoakan yang terbaik untuk mama dan papa.
8. Terima kasih buat teman-teman ku Circle Bermanfaat, Dora, Jo, Dewi, Gilang. Untuk kebersamaan, cerita, tawa, dan setiap waktu yang kita habisin sama-sama. Terima kasih juga untuk Deandry dan Sekar, teman-teman rantau ku yang selalu menjadi teman menghabiskan waktu dengan menyenangkan.
9. Teman-teman Go To Layo, hehe kalian means a lot ya soalnya hadir di detik-detik akhir. Makasi Faris buat traktiran dan bantuannya, Dora buat jokesnya, dan Sekar buat keberisikannya hihi.
10. Untuk seluruh teman-teman lainnya yang tidak kalah berartinya, yang selalu mendukung dan menemani penulis selama proses pembuatan skripsi ini.

11. Tak lupa terima kasih untuk penulis yang sudah berjuang melawan rasa malas dan kantuk mu, terima kasih sudah mau semangat hingga akhir.

Indralaya, 20 Desember 2023
Peneliti

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Laura Angelica Fortuna', written over the word 'Peneliti'.

Laura Angelica Fortuna
NIM. 07031282025149

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR BAGAN.....	xvii
DAFTAR GRAFIK	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Manfaat Penelitian.....	13
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	13
1.4.2 Manfaat Praktis	14
1.4.3 Manfaat Bagi Peneliti	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Landasan Teori	15
2.1.1 Media Sosial	15
2.1.1.1 Karakteristik Pengguna Media Sosial	16
2.1.1.2 Fungsi Media Sosial.....	20
2.1.1.3 Macam-Macam Media Sosial	21
2.1.2 Film.....	24
2.1.2.1 Sejarah Film	25
2.1.2.2 Klasifikasi Film.....	28
2.1.2.3 Apresiasi Film	30

2.1.3 Wacana dan Analisis Wacana.....	34
2.1.3.1 Wacana.....	34
2.1.3.2 Analisis Wacana.....	35
2.1.4 Analisis Wacana Kritis	36
2.1.5 Analisis Korpus.....	37
2.1.6 Analisis Wacana Kritis Berbasis Korpus.....	38
2.2 Kerangka Teori.....	40
2.3 Kerangka Pemikiran	42
2.5 Feminisme	43
2.6 Penelitian Terdahulu.....	45
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	52
3.1 Desain Penelitian.....	52
3.2 Definisi Operasional.....	53
3.3 Unit Analisis, Populasi, dan Sampel	55
3.3.1 Unit Analisis	55
3.3.2 Populasi.....	56
3.3.3 Sampel	56
3.4 Data dan Sumber Data.....	57
3.5 Teknik Pengumpulan Data	57
3.6 Teknik Keabsahan Data.....	58
3.7 Teknik Analisis Data	58
BAB IV GAMBARAN UMUM.....	59
4.1 Aplikasi Twitter atau X	59
4.2 Barbie Movie 2023	60
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	63
5.1 Temuan Penelitian	63
5.2 Hasil Analisis Frekuensi.....	64
5.3 Hasil Analisis Konkordansi.....	68
5.3.1 Analisis Konkordansi Kata “Barbie”	69
5.3.2 Analisis Konkordansi Kata “Ken.....	73
5.3.3 Analisis Konkordansi Kata “Suka”	74
5.3.4 Analisis Konkordansi kata “Bagus”	77

5.3.5 Analisis Konkordansi kata “Terlaris”	79
5.3.6 Analisis Konkordansi Kata “Perempuan”	80
5.3.7 Analisis Konkordansi Kata “Gender”	83
5.3.8 Analisis Konkordansi Kata “Pria”	84
5.3.9 Analisis Konkordansi Kata “ <i>Empowerment</i> ”	86
5.3.10 Analisis Konkordansi Kata “Feminis”	88
5.3.11 Analisis Konkordansi Kata “Patriarki”	90
5.3.12 Analisis Konkordansi Kata “ <i>Masculinity</i> ”	92
5.3.13 Analisis Konkordansi Kata “Nangis”	95
5.3.14 Analisis Konkordansi Kata “Ketimpangan”	96
5.4 Hasil Analisis Kolokasi	97
5.4.1 Analisis Kolokasi Kata Positif atau Netral	97
5.4.2 Analisis Kolokasi Kata Negatif	105
5.5 Diskusi Penelitian	111
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	121
6.1 Kesimpulan.....	121
6.2 Saran	123
DAFTAR PUSTAKA	125
LAMPIRAN.....	134

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	46
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	54
Tabel 5.1 Tabel Frekuensi Konotasi Netral atau Positif	66
Tabel 5.2 Tabel Frekuensi Konotasi Negatif	67
Tabel 5.3 Tabel Konkordansi Kata Barbie.....	72
Tabel 5.4 Tabel Konkordansi Kata Ken.....	73
Tabel 5.5 Tabel Konkordansi Kata Suka	76
Tabel 5.6 Tabel Konkordansi Kata Bagus	78
Tabel 5.7 Tabel Konkordansi Kata Terlaris.....	80
Tabel 5.8 Tabel Konkordansi Kata Perempuan	82
Tabel 5.9 Tabel Konkordansi Kata <i>Gender</i>	84
Tabel 5.10 Tabel Konkordansi Kata Pria.....	86
Tabel 5.11 Tabel Konkordansi Kata <i>Empowerment</i>	87
Tabel 5.12 Tabel Konkordansi Kata Feminis	89
Tabel 5.13 Tabel Konkordansi Kata Patriarki.....	91
Tabel 5.14 Tabel Konkordansi Kata <i>Masculinity</i>	94
Tabel 5.15 Tabel Konkordansi Kata Nangis	95
Tabel 5.16 Tabel Konkordansi Kata Ketimpangan.....	96
Tabel 5.17 Tabel Frekuensi Kolokasi Positif/Netral dan Negatif	97

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>Review</i> Film Oppenheimer	6
Gambar 1.2 <i>Review</i> Film The Moon	7
Gambar 1.3 <i>Review</i> Film NKCTHI.....	7
Gambar 1.4 <i>Review</i> Film Ngeri-Ngeri Sedap	8
Gambar 1.5 <i>Review</i> Film Barbie	8
Gambar 1.6 <i>Review</i> Film Barbie	10
Gambar 1.7 <i>Review</i> Film Barbie	10
Gambar 4.1 Logo Twitter atau X	59
Gambar 4.2 Poster Barbie	61
Gambar 5.1 Cirrus Frekuensi di Korpus	64
Gambar 5.2 Frekuensi Kata yang Terdeteksi	65
Gambar 5.3 <i>Word Links</i> Kata Kunci Barbie	98
Gambar 5.4 <i>Word Tree</i> Kata Kunci Barbie.....	98
Gambar 5.5 <i>Word Tree</i> Kata Kunci Ken.....	99
Gambar 5.6 <i>Word Tree</i> Kata Kunci Ken.....	99
Gambar 5.7 <i>Word Tree</i> Kata Kunci Suka	100
Gambar 5.8 <i>Word Links</i> Kata Kunci Suka	100
Gambar 5.9 <i>Word Tree</i> Kata Kunci Bagus	101
Gambar 5.10 <i>Word Links</i> Kata Kunci Bagus	101
Gambar 5.11 <i>Word Links</i> Kata Kunci Terlaris.....	102
Gambar 5.12 <i>Word Tree</i> Kata Kunci Terlaris.....	102
Gambar 5.13 <i>Word Tree</i> Kata Kunci Perempuan	103
Gambar 5.14 <i>Word Tree</i> Kata Kunci <i>Gender</i>	103
Gambar 5.15 <i>Word Tree</i> Kata Kunci <i>Empowering</i>	104
Gambar 5.16 <i>Word Tree</i> Kata Kunci Pria.....	104
Gambar 5.17 <i>Word Tree</i> Kata Kunci Feminis	106
Gambar 5.18 <i>Word Tree</i> Kata Kunci Feminis	106
Gambar 5.19 <i>Word Tree</i> Kata Kunci Feminis	106
Gambar 5.20 <i>Word Tree</i> Kata Kunci Feminis	107
Gambar 5.21 <i>Word Links</i> Kata Kunci Feminis	107

Gambar 5.22 <i>Word Tree</i> Kata Kunci Patriarki	108
Gambar 5.23 <i>Word Links</i> Kata Kunci Nangis.....	109
Gambar 5.24 <i>Word Tree</i> Kata Kunci Nangis	109
Gambar 5.25 <i>Word Tree</i> Kata Kunci <i>Masculinity</i>	110
Gambar 5.26 <i>Word Tree</i> Kata Kunci Ketimpangan.....	111

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Gambaran CADs	38
Bagan 2.2 Kerangka Pemikiran.....	43

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1 Pengguna Twitter di Dunia pada April 2023	2
--	---

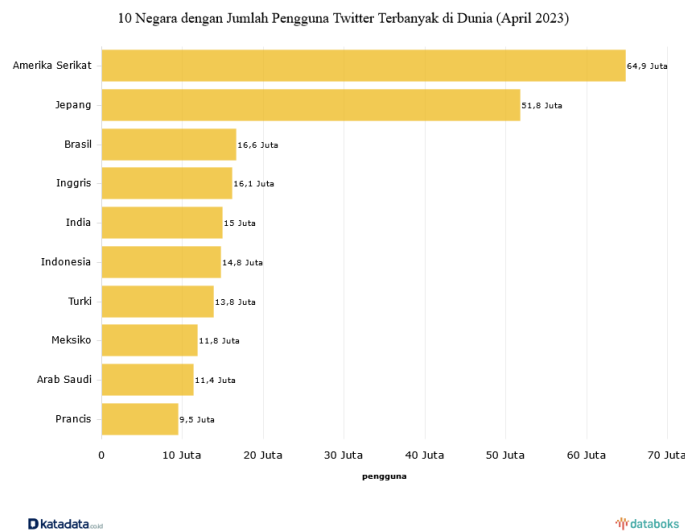
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini, teknologi komunikasi dan informasi mengalami perkembangan yang cukup pesat sehingga memicu perubahan kehidupan sosial. Adapun perubahan yang terjadi, diantaranya kemudahan dalam menyampaikan dan menerima informasi yang tidak terbatas. Media sosial menjadi suatu bentuk nyata dari perkembangan teknologi komunikasi dan informasi. Maka dari itu media sosial memiliki peranan penting dalam menyediakan informasi yang aktual bagi khalayak umum.

Salah satu perkembangan media sosial yang cukup ramai dibicarakan oleh masyarakat adalah hadirnya situs jejaring sosial atau situs jejaring pertemanan. Jumlah pengguna dari jejaring sosial ini pun tidak sedikit, yakni sudah mencapai ratusan juta. Dengan anggota yang cukup beragam, baik remaja maupun dewasa. Adapun salah satu jejaring sosial atau *website social networking* yang populer di kalangan masyarakat adalah Twitter. Tercatat pada April 2023 ada sebanyak 372,9 juta pengguna Twitter tersebar di seluruh dunia (Annur, Data Boks, 2023).



Grafik 1.1 Pengguna Twitter di Dunia pada April 2023

(Sumber: Databoks)

Dick Costolo, seorang mantan *Chief Executive Officer Twitter* mengatakan bahwa Indonesia adalah salah satu negara dengan pengguna Twitter terbanyak. Seperti yang tertera pada gambar di atas, setidaknya terdapat 14,8 juta pengguna Twitter di Indonesia (Annur, Databoks, 2023). Kemudian, menurut Costolo, masyarakat Indonesia juga merupakan pengguna media sosial yang memiliki pengetahuan yang baik terkait media digital. Pengguna Twitter di Indonesia dinilai sangat komunikatif dan bersemangat dalam menuliskan opini dalam cuitan. Maka dari itu, tidak heran jika *trending topic* dunia yang ada di media sosial Twitter banyak didominasi oleh topik-topik yang berasal dari tweet masyarakat Indonesia.

Media sosial sebagai sarana penyampaian informasi dan komunikasi, umumnya juga dimanfaatkan oleh masyarakat sebagai wadah untuk mengakses, membagi, serta melakukan diskusi terkait isu-isu publik yang sedang ramai diperbincangkan. Twitter yang menjadi fokus penelitian ini,

merupakan salah satu media sosial yang digemari oleh masyarakat untuk menjadi wadah diskusi tersebut. Sebagai platform media sosial *online real time*, Twitter memfasilitasi penggunaannya untuk menulis dan membagikan aktivitas atau pendapatnya terhadap suatu isu atau permasalahan melalui postingan foto ataupun tulisan opini. Dalam hal ini, pengutaraan opini di media sosial seperti Twitter dapat menjadi salah satu media untuk di jadikan objek penelitian (Alizah, Nugroho, Radiyah, & Gata, 2020).

Berdasarkan data-data di atas, disimpulkan bahwa Twitter merupakan media sosial yang familiar dengan khalayak umum, terutama masyarakat Indonesia. Dengan dimilikinya fitur yang lebih konprehensif sehingga mempermudah interaksi antar pengguna dan menjadikan media sosial Twitter banyak dimanfaatkan oleh masyarakat.

Pola interaksi media sosial, khususnya Twitter dapat dijelaskan dengan topologi netnografi digital. Pola tersebut dapat dilihat dari infrastruktur jaringan *sociocultural* yang didapat dari hasil analisa teknis dan data statistik untuk mendeteksi pola dan memahami interaksi yang ada (Kozinets, 2018; Morais, Santos, & Goncalves, 2020). Netnografi sendiri merupakan metode penelitian yang digunakan untuk memahami masyarakat dan budaya yang terbentuk melalui jaringan. Dilakukan dengan memahami cara berpikir, perilaku, dan budaya suatu kelompok dalam konteks *online*.

Belakangan ini, isu mengenai budaya maupun hiburan menjadi bidang yang cukup ramai dan disenangi oleh pengguna Twitter. Adapun contohnya, seperti tweet tentang grup musik, *event* musik, perilisan lagu maupun film,

aktor atau aktris terkenal, dan lain sebagainya. Maka tak jarang tweet mengenai budaya atau hiburan ini menjadi *trending topic* di berbagai wilayah dunia.

Film Barbie 2023 telah menjadi salah satu topik hiburan yang sempat *trending* di Twitter, usai penayangan perdananya di bioskop. Dikarenakan antusiasme para pencinta Barbie yang cukup tinggi, berhasil meramaikan berbagai *platform* media sosial, khususnya Twitter dengan beragam postingan.

Film Barbie ini merupakan Barbie versi *live action* pertama dengan genre komedi fantasi. Sebelumnya film-film Barbie hanya ditampilkan dalam bentuk animasi saja. Film ini menceritakan tentang kehidupan Barbie di dunianya yakni Barbie Land. Pada suatu hari Barbie mengalami masalah dengan penampilan dan kemampuannya. Hal ini mengharuskan Barbie yang diperankan oleh Margot Robie harus keluar dari Barbie Land dan pergi ke dunia nyata beserta Ken yang diam-diam masuk ke mobil Barbie. Dalam perjalanannya baik Barbie dan Ken mendapatkan pelajaran dan pemikiran baru.

Semakin beragamnya pilihan film yang beredar, masyarakat menjadi lebih selektif dalam memilih film yang akan disaksikannya. Adapun tolak ukur yang diandalkan oleh masyarakat untuk mendapatkan film terbaik, selain melalui *trailer* film, ulasan film juga menjadi salah satu pilihan bagi masyarakat guna menentukan apakah film tersebut dapat menarik minat. Penilaian khalayak terkait film yang akan atau sudah tayang biasanya dapat bernilai positif, negatif, maupun netral. Sehingga tak jarang, film yang mendapatkan banyak ulasan positif dari khalayak umum, akan lebih menarik perhatian calon penonton.

Ulasan film merupakan bentuk opini yang bersifat subjektif. Dalam hal ini, setiap orang memiliki opini yang berbeda-beda terkait dengan film yang sudah ditonton. Maka tak jarang antara ulasan yang satu dengan yang lainnya memiliki poin atau *highlight* penilaian yang berbeda.

Penilaian individu yang berbeda dapat terjadi karena dimilikinya perbedaan pola pikir atau cara pandang. Hal ini dikarenakan pengalaman serta latar belakang seseorang yang beragam cukup mempengaruhi cara berpikirnya pula. Oleh karena itu, cara berpikir seseorang akan menentukan bagaimana ia memaknai atau memahami isi cerita suatu film.

Selain dipengaruhi oleh cara pandang, perbedaan karakteristik pengguna pada setiap media tentunya juga berpengaruh pada penggunaan bahasa yang dipilih ketika memberikan opini. Masing-masing media sosial pun memiliki karakteristik pengguna yang berbeda. Dengan begitu jenis atau bentuk opini yang dituangkan di masing-masing media akan berbeda pula.

Sebuah riset gabungan yang dilakukan pada tahun 2017, oleh peneliti King's College London, Universitas Pennsylvania dengan tim Twitter, IBM Watson, dan Sykyscanner, menyatakan bahwasanya setiap media sosial menimbulkan karakter yang berbeda bagi setiap penggunanya. Penelitian yang dilakukan dengan mengobservasi data dari 100 ribu pengguna Twitter, facebook, instagram, dan linkedin beserta profil yang dipakai, didapati bahwa seorang pengguna memiliki lebih dari satu jenis karakter dan profil yang dapat dijelaskan dengan teori bahwa seseorang punya berbagai wajah identitas dan memungkinkan punya aspek karakter yang berbeda tergantung pada konteks sosialnya. Proses ini kemudian, mempengaruhi masyarakat dalam

memproduksi dan mereproduksi wacana, gagasan pengguna media, serta mereproduksi gagasan-gagasan itu kembali. Ada pun salah satu media sosial yang dapat dimanfaatkan untuk analisa data berdasarkan wacana yang dibagikan oleh penggunanya adalah Twitter.

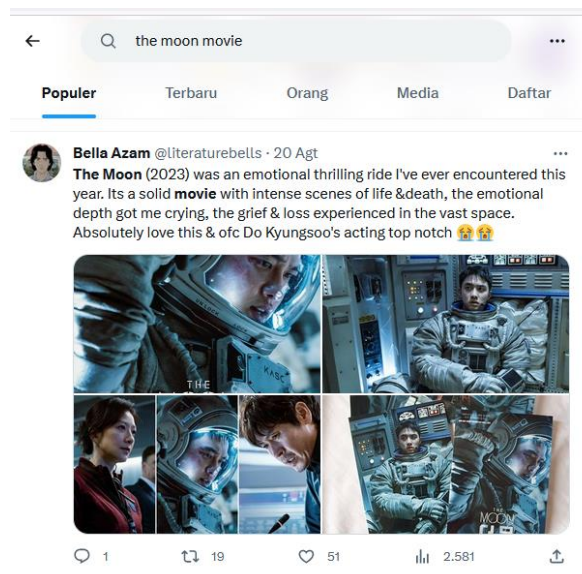
Di media sosial Twitter, pengguna aktif membagikan informasi terkait dengan dunia perfilman, terutama terkait dengan ulasan film yang sedang ramai dibicarakan. Seperti dapat dilihat berikut, tercantum beberapa ulasan film yang dibagikan oleh para pengguna di media sosial Twitter. Ulasan yang diberikan pun beragam mulai dari yang positif hingga negatif. Dari ulasan-ulasan tentang film yang tersebar di Twitter, penulis tertarik dengan ulasan yang diberikan oleh pengguna Twitter terhadap tayangan film *Barbie*.

Gambar 1.1 *Review Film Oppenheimer*



(Sumber: Twitter.com)

Gambar 1.2 Review Film The Moon



(Sumber: Twitter.com)

Gambar 1.3 Review Film NKCTHI



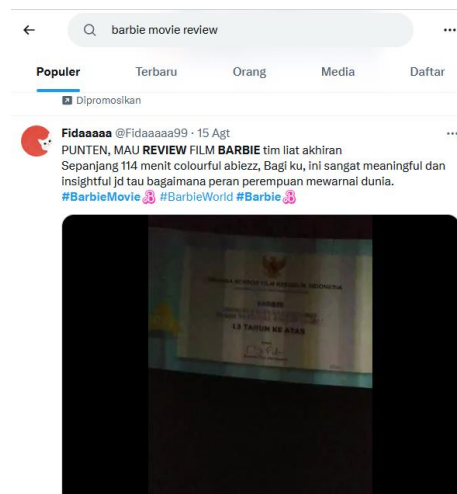
(Sumber: Twitter.com)

Gambar 1.4 *Review* Film Ngeri-Ngeri Sedap



(Sumber: Twitter.com)

Gambar 1.5 *Review* Film Barbie



(Sumber: Twitter.com)

Film garapan Greta Gerwig ini, mengemas cerita Barbie dengan cara yang menyenangkan. Sehingga mendapatkan sambutan yang hangat dari masyarakat. Namun, berdasarkan *review* yang diberikan oleh para penonton terdapat hal yang menarik untuk dibahas. Hal ini dikarenakan *review* atau

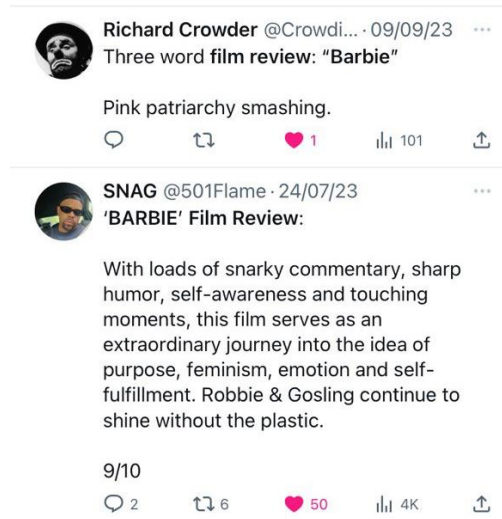
ulasan yang diberikan oleh masyarakat tidak hanya *review* positif, tetapi tak jarang pula yang memberi penilaian negatif terhadap tayangan film *Barbie* ini. Juga terdapat beberapa *highlight* atau permasalahan yang disebutkan oleh masyarakat terkait dengan isu sosial yang tertuang dalam film ini. Seperti dilansir oleh Kincir.com terdapat lima permasalahan atau paham sosial yang disinggung di film *Barbie*, yakni feminisme, patriarki, matriarki, maskulinitas toksik, dan standar kecantikan (Herlambang, 2023).

Hal inilah yang mendorong penelitian ini untuk melakukan analisis kritis terkait dengan isi wacana tweet ulasan film *Barbie*. Selain itu, ulasan yang diberikan oleh khalayak di Twitter terhadap film *Barbie* dengan opini yang beragam, ternyata mengandung sentimen yang beragam pula baik itu bersifat positif, negatif, atau bahkan netral. Maka dari itu, untuk mengetahui apa saja isu atau permasalahan yang dominan dibahas oleh masyarakat terkait ulasannya terhadap film *Barbie*. Serta untuk mengetahui apakah opini dari ulasan itu bersifat positif, negatif, ataupun netral. Analisis terhadap sentiment dalam komentar yang ada di media sosial juga sangat penting, hal ini dilakukan dalam rangka untuk mengukur keberhasilan dalam penggunaan strategi di media sosial (Andarini, R. S., Pratiwi, M., Setiyowati, R., & Santoso, A. D., 2023)

Dalam kaitanya dengan ulasan film *Barbie* tampaknya wajar ketika isu gender banyak dibahas. Oleh karena itu, dalam korpus ulasan film *Barbie*, ada kemungkinan kata yang menyangkut isu gender berfrekuensi tinggi.

Berdasarkan data yang peneliti temukan, terdapat 50 tweet yang menyinggung isu gender. Dan 20 diantaranya berisi isu feminisme.

Gambar 1.6 Review Film Barbie



(Sumber: Twitter.com)

Gambar 1.7 Review Film Barbie



(Sumber: Twitter.com)

Bahasa yang digunakan dalam menjelaskan suatu isu dalam sebuah teks akan memberikan menggambarkan tentang pemaknaannya. Oleh karena itu, dapat dikatakan suatu kata sangat bergantung dengan keterhubungannya dengan kata-kata lain yang berada dalam satu wacana. Dilakukannya analisa terhadap topik-topik tersebut dapat dianggap penting karena dapat menjelaskan cara seseorang memahami dan mereproduksi teks (Latjuba, 2013).

Berdasarkan hal tersebut, media sosial tentu membuka kesempatan bagi masyarakat untuk melakukan penelitian terhadap teks yang jumlahnya sangat banyak dengan metode analisis data. Adapun salah satu metode analisis yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi data dengan rentan yang luas adalah linguistik korpus. Linguistik korpus merupakan metode yang dapat menganalisis data dalam jumlah besar dengan menggunakan teknologi komputer sebagai alat bantu (McEnery & Hardie, 2012). Metode ini memiliki kelebihan yaitu mampu memperoleh data dalam jumlah besar dan memiliki teknik-teknik dapat digunakn untuk mengkaji hubungan antara bahasa dan sentimen dari ulasan yang diberikan.

Analisis dengan memanfaatkan linguistik korpus dan analisis wacana dalam penelitian ini akan dilakukan secaraimbang. Karena kedua metode tersebut mempunyai kelebihan, dan fungsinya masing-masing untuk membahas korpus wacana dari ulasan film Barbie dengan cara pandang yang berbeda.

Linguistik korpus berisi kumpulan wacana dan analisis terhadap daftar kata yang ada, dan konkordansi. Selanjutnya, analisis wacana dapat memanfaatkan hasil informasi dari penggunaan bahasa sebagai asas untuk

mengidentifikasi wacana yang diberikan oleh pengguna Twitter dalam memberikan ulasannya terhadap film Barbie. Poin-poin yang telah dianalisis melalui linguistik korpus akan digunakan untuk melihat penggunaan bahasa dalam konteks sosial dan untuk melihat adanya dominasi tersirat. Dengan menggabungkan dua metode tersebut maka penelitian memperoleh kelebihan, diantaranya data dapat dianalisis secara menyeluruh dan mendalam. Berdasarkan latar belakang masalah penelitian tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terkait Analisis Wacana Berbasis Korpus Pada Ulasan Film Barbie di Media Sosial Twitter.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan yang bersifat kuantitatif dan kualitatif, yaitu:

1. Bagaimana frekuensi penggunaan kata-kata yang paling dominan dalam tweet ulasan film Barbie di media sosial Twitter, khususnya terkait dengan isu feminisme?
2. Bagaimana konkordansi penggunaan kata-kata yang paling dominan dalam ulasan film Barbie di media sosial Twitter, beserta konkordansi yang relevan terkait dengan isu feminisme?
3. Bagaimana kolokasi penggunaan kata-kata yang paling dominan dalam ulasan film Barbie di media sosial Twitter, beserta kolokasi yang relevan terkait dengan isu feminisme?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah untuk:

1. Mengidentifikasi dan menganalisis frekuensi kemunculan kata-kata yang dominan dalam ulasan film Barbie di media sosial Twitter.
2. Mengidentifikasi dan menganalisis konkordansi kemunculan kata-kata yang dominan dalam ulasan film Barbie di media sosial Twitter.
3. Mengidentifikasi dan menganalisis kolokasi kemunculan kata yang terbentuk dari wacana yang diberikan di media sosial Twitter terkait dengan ulasan film Barbie.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan dengan tujuan penelitian yang telah dirumuskan di atas maka diharapkan penelitian ini akan memberikan berbagai manfaat. Adapun manfaat dalam penelitian ini terbagi menjadi empat, yakni manfaat teoritis, manfaat praktis, dan manfaat bagi peneliti.

1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmiah, pemikiran, ide baru, serta sarana untuk memahami Ilmu Komunikasi, khususnya mendukung dan memperjelas kajian mengenai analisis wacana kritis berbasis korpus. Serta memperkaya pengetahuan tentang kajian ilmu bahasa, yakni Analisis Wacana Kritis Berbasis Korpus Pada Ulasan Film Barbie di media sosial Twitter.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, peneliti berharap bahwa penelitian ini bisa menjadi sumber wawasan baru bagi para praktisi mengenai penelitian yang membahas analisis wacana di media sosial. Peneliti berharap juga bahwa penelitian ini dapat menjadi sumber referensi dan bahan diskusi bagi masyarakat dalam wawasannya mengenai analisis wacana kritis terkait ulasan film Barbie di media sosial Twitter.

1.4.3 Manfaat Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan ilmu pengetahuan peneliti, terkhusus pada jurusan Ilmu Komunikasi. Dengan melakukan beberapa tahapan penelitian sampai turun langsung mencari hingga mengelola data, diharapkan dapat memberikan pengalaman belajar yang menumbuhkan kemampuan dan keterampilan dalam meneliti.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul, Y. (2021). Komunikasi Organisasi : Pengertian, Teori, dan Contoh. <https://deepublishstore.com/materi/komunikasi-organisasi/>.
- Alizah, M. D., Nugroho, A., Radiyah, U., & Gata, W. (2020). Sentimen Analisis Terkait "Lockdown" pada Social Media Twitter. *CSRID Journal*.
- Amin, S. (2023). Pasang Surut Gerakan Feminisme. *Ejournal UIN Suska*. Retrieved November 14, 2023, from <https://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/marwah/article/download/520/500>
- Annur, C. M. (2023, Mei 31). *Data Boks*. Retrieved Agustus 24, 2023, from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/31/jumlah-pengguna-twitter-di-indonesia-capai-1475-juta-per-april-2023-peringkat-keenam-dunia>
- Annur, C. M. (2023, 02 27). *Databoks*. Retrieved Agustus 19, 2023, from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/02/27/pengguna-twitter-di-indonesia-capai-24-juta-hingga-awal-2023-peringkat-berapa-di-dunia>
- Arinahaten, M. A. (2021). Pertentangan Pemikiran Antara Gerakan Feminisme dan Anti Feminisme Di Indonesia. *Kusalawa UB*. Retrieved November 14, 2023, from <https://kusalawa.ub.ac.id/index.php/kusalawa/article/download/27/73/0>
- Azeharie, S., & Kusuma, O. (2014). Analisis Penggunaan Twitter Sebagai Media Komunikasi Selebritis Di Jakarta. *Jurnal Komunikasi Universitas*

Tarumanegara. Retrieved from

<https://media.neliti.com/media/publications/107479-ID-analisis-penggunaan-twitter-sebagai-medi.pdf>

Azizah, R. E. (n.d.). *Pemberdayaan Perempuan Untuk Kesetaraan*. Retrieved

November 14, 2023, from Artikel DJKN Kemenkue:

<https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-pontianak/baca-artikel/15732/Pemberdayaan-Perempuan-untuk-Kesetaraan.html>

Burchill, S., & Linklater, A. (2021). *Feminisme Dalam Hubungan Internasional:*

Seri Teori Hubungan Internasional. Jakarta: Nusamedia.

Cindo, M., Rini, D. P., & Ermatita. (2019). *Literatur Review: Metode Klasifikasi*

Pada Sentimen Analisis. Palembang: Seminar Nasional Teknologi

Komputer dan Sains (Sainteks). Retrieved from [https://seminar-](https://seminar-id.com/prosiding/index.php/sainteks/article/view/124/124)

[id.com/prosiding/index.php/sainteks/article/view/124/124](https://seminar-id.com/prosiding/index.php/sainteks/article/view/124/124)

Fachrurrozi, & Yusliani. (2016). *Analisis Sentimen Pengguna Jaringan Sosial*.

Farhati, S., & Firiawan, R. A. (2022). *Analisis Wacana Kritis Opini Publik*

Tentang LGBT Dalam Autbase Twitter @Tubirfess.

Fatmawati, S., Salzabila, R., Rizkitama, G. A., & Nugroho, R. A. (2019). *Analisis*

Berita Hoaks Di Korpus Sosial Media Guna Mengembangkan Model

"Kapak Hoaks" (Kemandirian Pembaca Menganalisis Konten Hoaks)

Studi Analisis Wacana Kritis. Retrieved from

<https://scholar.archive.org/work/75t3d2glufdy5dfchhb2yhrpky/access/way>

back/<http://publikasi.dinus.ac.id/index.php/lite/article/download/2525/170>

1

- Fuady, M. F. (2017). Pergeseran Warna Pink Dari Maskulinitas Menjadi Feminitas di Amerika Serikat Tahun 1940-1970. *Jurnal Desain Interior Iptek ITS*. Retrieved November 14, 2023, from <https://iptek.its.ac.id/index.php/jdi/article/download/3546/2730>
- Gilang, B. (2020, Mei 14). *Feminisme*. Retrieved November 14, 2023, from Neutron.co.id: <https://www.neutron.co.id/info/feminisme>
- Gonza, N., Lesmana, F., & Budiana, D. (2022). Representasi Feminisme Dalam Film Penyalin Cahaya. *Jurnal E-Komunikasi Universitas Kristen Petra Surabaya*. Retrieved November 14, 2023, from <https://publication.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/download/13202/11462>
- Gustam, R. R. (2015). Karakteristik Media Sosial Dalam Membentuk Budaya Populer Korean Pop Di Kalangan Komunitas Samarinda Dan Balikpapan. *Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Mulawarman*, 232.
- Hasna, O., Yhustien, D., & Setiawati, E. (2021). Analisis Strategi Review Produk Oleh Raffi Ahmad dan Nagita Slavina Pada Media Sosial Instagram (Kajian Analisis Wacana Kritis Fairclough). *Prosiding Kongres Internasional Masyarakat Linguistik Indonesia*.
- Herlambang, H. (2023, Juli 31). Retrieved from Kincir.com: <https://kincir.com/movie/isu-sosial-film-barbie/>

InsistPress. (2022, 12 12). *Kedudukan Perempuan Di Mata Masyarakat Patriarki*.

Retrieved November 14, 2023, from InsistPress.com:

<https://insistpress.com/2022/12/12/kedudukan-perempuan-di-mata-masyarakat-patriarki/>

Irham, I. (2022). Wacana Imigran dan Pekerja Asing Di Indonesia : Studi Analisis

Wacana Berbasis Linguistik Korpus. *Dialektika Jurnal Bahasa, Sastra, dan Budaya UIN Malang*. Retrieved November 14, 2023, from

<http://repository.uin-malang.ac.id/11324/7/11324.pdf>

Israpil. (2017). Budaya Patriarki dan Kekerasan Terhadap Perempuan (Sejarah

dan Perkembangannya). *Jurnal Pusaka*. Retrieved November 14, 2023,

from <https://blamakassar.e-journal.id/pusaka/article/download/176/144/>

Juditha, C. (2015). Fenomena Trending Topic Phenomenon On Twitter Analisis

Wacana Twit #SaveHajiUlung. *Jurnal Penelitian Komunikasi*

Pembangunan. Retrieved from

<https://www.neliti.com/publications/230995/fenomena-trending-topic-di-twitter-analisis-wacana-twit-savehajilung>

Kenshanahan, A., & Moriand, A. (2018, November 13). Riset: Beda Media Sosial,

Beda Karakter Penggunaannya. Retrieved from

<https://kumparan.com/millennial/riset-beda-media-sosial-beda-karakter-penggunaannya-1punzgANRMJ/full>

Kurnia, A. (2018). Fenomena Akun Anonim Di Media Sosial Sebagai Sumber

Informasi Dan Ekonomi (Analisis Wacana Pada Akun Instagram Lambé

Turah). *Journal Bakrie*. Retrieved from
https://journal.bakrie.ac.id/index.php/Journal_Communication_spectrum/article/view/1780

Kurnia, N. D., Johan, R. C., & Rullyana, G. (2018). Hubungan Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dengan Kemampuan Literasi Media Di UPT Perpustakaan Itenas. *EduLib*.

Lavenia, A. (2023, April 27). *Ciri-Ciri Pasanganmu Memiliki Fragile Masculinity*. Retrieved November 14, 2023, from CXO Media:
<https://www.cxomedia.id/love-and-relationship/20230427175150-92-178539/ciri-ciri-pasanganmu-memiliki-fragile-masculinity#:~:text=Apabila%20toxic%20masculinity%20membuat%20laki,%20rendah%20diri%20dan%20anxious>

Maflani, P. (2020). Maskulinitas dan Feminitas Dalam Komik Digital Line Webtoon Indonesia. *Repository UNAIR*. Retrieved November 14, 2023, from <https://repository.unair.ac.id/99645/>

Mardinsyah, M. (2018). *Hermeneutika Feminisme Reformasi Gender Dalam Islam*. Jakarta: Bitread Publishing.

Marsh, D., & Stoker, G. (2021). *Feminisme Dalam Ilmu Politik: Seri Teori dan Metode Ilmu Politik*. Jakarta: Nusamedia.

Mulyadi, U. (2015). Geakan Sosial Di Media Sosial (Analisis Wacana Kritis Gerakan Sosial Melalui Hashtag #ShameOnYouSBY di Twitter. *eprint.undip*. Retrieved from <http://eprints.undip.ac.id/46925/>

- Najibulloh, Y., Komalawati, E., & Wilantara, M. (2022). Analisis Wacana Kritis Pada Akun Twitter @Fadlizon Tentang Wacana OMNIBUS LAW Cipta Kerja Dengan Pendekatan Model Tuen A. Van Dijk. *Jurnal Penelitian Iptek*.
- Nasrullah. (2016). Media Sosial.
- Nasrullah, R. (2016). In *Media Sosial* (p. 13).
- Natha, G. (2017). Representasi Stereotipe Perempuan Dan Budaya Patriarki Dalam Video Klip Meghan Trainor "All About That Bass". *Journal E-Komunikasi Universitas Kristen Petra Surabaya*. Retrieved November 14, 2023, from <https://publication.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/download/7073/6423>
- O'Reilly, & Milstein, S. (2009). *The Twitter Book 2nd Edition*. USA: O'Reilly Media. Retrieved Agustus 29, 2023
- Palulungan, L., Ghufrani, M., & Ramli, M. T. (2020). *Perempuan, Masyarakat Patriarku & Kesetaraan Gender*. Makassar: Yayasan bakti.
- Ramdani, M. F., Putri, A. V., & Wisesa, P. A. (2022). Realitas Toxic Masculinity Di Masyarakat. *Seminar Nasional Ilmu Ilmu Sosial*. Surabaya: Proceeding Unesa. Retrieved November 14, 2023, from <https://proceeding.unesa.ac.id/index.php/sniis/article/download/60/46#:~:text=Toxic%20masculinity%20merupakan%20perlakuan%20tidak,menges kpresikan%20emosinya%20ketika%20sedang%20sedih>

- Refdi, U. (2021). Aksi Gerakan Cuitan #unsikakenapasih di Twitter: Analisis Wacana Kritis. *Jurnal Manajemen FEB Unmul*.
- Rohana, & Syamsuddin. (2021). *Analisis Wacana*. Makassar: CV. Samudra Alif Mim.
- Rosdiansyah, & Agustian. (2014). *Analisis Sentimen Twitter Menggunakan Metode K-Nearest Neighbor dan Pendekatan Lexicone*. Riau: UIN SUSKA.
- Saputra, E. R., & Dwiningtyas, H. (2018). Representasi Maskulinitas dan Feminitas Pada Karakter Perempuan Kuat Dalam Serial Drama Korea. *Ejournal UNDIP*. Retrieved November 14, 2023, from [https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/viewFile/20987/19651#:~:text=Maskulinitas%20hadir%20ketika%20perempuan%20menjadi,atau%20Liyan%20\(The%20Other\)](https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/viewFile/20987/19651#:~:text=Maskulinitas%20hadir%20ketika%20perempuan%20menjadi,atau%20Liyan%20(The%20Other).).
- Sari, D. P., Effendy, C., & Wartiningih, A. (2019). Maskulinitas Tokoh Utama Dalam Kumpulan Cerita Pendek Nadira Karya Leila S. Chudori. *Jurnal Untan*. Retrieved November 14, 2023, from <https://jurnal.untan.ac.id/index.php/jpdpb/article/view/31399>
- Setyani, N. I. (2013). Pengguna Media Sosial Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas. *Jurnal Komunikasi Surakarta*, 8.
- Smith, J. A. (2021). *Feminisme Dan Psikologi*. Jakarta: Nusamedia.
- Sobur, A. (2006). *Analisis Teks Media*.

- Syafi'i, M. (2003). *Pembangunan dalam Perspektif Gender*. Universitas Muhammadiyah Malang Press, 189.
- Syarief. (2017). Pemanfaatan Media Sosial Dalam Proses Pembentukan Opini Publik (Analisa Wacana Twitter SBY). *Jurnal BSI*, 4.
- Udasmoro, W. (2017). *Dari Doing Ke Undoing Gender: Teori dan Praktik Dalam Kajian Feminisme*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Wiguna, K. H. (2021, February 1). Film Bukan Hanya Sekedar Hiburan. Retrieved from <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-tarakan/baca-artikel/13676/Film-Bukan-Hanya-Sekedar-Hiburan.html>
- William, A. (2021, Mei 20). *Mengenal Sosiologi Gender: Maskulinitas, Feminitas & Ketimpangannya*. Retrieved November 14, 2023, from Tirto.id: <https://tirto.id/mengenal-sosiologi-gender-maskulinitas-feminitas-ketimpangannya-gf8w>
- Yohana, H. S. (2023, September 11). *Unsur Feminisme Dalam Film Barbie 2023*. Retrieved November 14, 2023, from Jurnal Post: https://jurnalpost.com/unsur-feminisme-dalam-film-barbie-2023/58740/#google_vignette
- Yusuf, A. (2021). *Komunikasi Organisasi : Pengertian, Teori, dan Contoh*. Retrieved from <https://deepublishstore.com/materi/komunikasi-organisasi/>
- Zhafirah, N. N. (2022, April 15). *Pemberdayaan Perempuan: Bentuk Kepercayaan Diri*. Retrieved November 14, 2023, from Blog by Klob:

<https://blog.klob.id/2022/04/15/pemberdayaan-perempuan-bentuk-kepercayaan-diri/>